

PRESSEINFORMATION

RADIO DAY 2010: "Der Radio-Effekt: Wo Werbung ankommt"

Der Branchentreff lockt in diesem Jahr mit Topreferenten auf dem RADIO DAY Kongress, umfassenden Informationen zum Radiojahr 2011 in der RADIO DAY Lounge und Top-Act Revolverheld auf der RADIO DAY Party.

Hamburg/Frankfurt, 29.6.10 – Am 7. Oktober 2010 laden die Vermarkter AS&S Radio und RMS zur 16. Auflage des RADIO DAY nach Köln. Inhaltlich gibt das diesjährige Motto „Der Radio-Effekt: Wo Werbung ankommt“ die Richtung vor. Unter diesem Blickwinkel werden aktuelle Themen, Trends und Lösungen rund um Radio, Audiokommunikation, Werbung und Wirtschaft präsentiert und diskutiert. Kompakt informieren die Referenten, Vermarkter und Sender über alle Aspekte des Mediums in den bewährten Veranstaltungssäulen Kongress, Lounge und Party. Circa 3.000 Fachbesucher aus der Hörfunk-, Medien- und Marketingszene werden im Staatenhaus am Rheinpark (ehemals Rheinparkhallen) erwartet.

Spannende Vorträge

In diesem Jahr bietet das Programm des RADIO DAY Kongress getreu des Anspruchs „Ein Tag, alle Antworten“ wieder eine Vielzahl interessanter Vorträge. Keynoter beim 16. RADIO DAY sind **Franz-Rudolf Esch** und **Bolko von Oetinger**. Der Gründer der Boston Consulting Group Deutschland, von Oetinger, beleuchtet in seinem Vortrag „Wie kommt das Neue in die Welt“ die Chancen der schwierigen wirtschaftlichen Situation. Er ist überzeugt, dass Unternehmen unter den aktuellen Umständen profitieren können, wenn sie innovativer und beweglicher sind. Anschaulich wird er zeigen, was Unternehmen in der Krise beachten müssen und warum gerade diese Herausforderung als Gelegenheit für Neuerungen zu verstehen ist. Darüber hinaus müssen Markenwerte gestärkt und neu interpretiert werden. In seinem Vortrag „Markenkraft durch Hören stärken“ präsentiert der Direktor des Instituts für Marken- und Kommunikationsforschung, Franz-Rudolf Esch, wie Unternehmen sich das Radio, und damit im Speziellen das Hören, für ihre Marken und Produkte zu Nutzen machen können.

Ein weiterer Höhepunkt im Programm ist auch in diesem Jahr wieder der Kreativgipfel. Prominente Gäste sind der Regisseur, Autor und Produzent **Sönke Wortmann** und der Werbemanager **Hubertus von Lobenstein**, früherer TBWA-Chef und heute Inhaber der Agentur Von Lobenstein. Wie entsteht Kreativität? Welche unterschiedlichen Arten von Kreativität gibt es und wo liegen die Grenzen? Ist es einfacher ohne terminlichen Druck des Kunden gute Ideen zu entwickeln? Die beiden Kreativen aus zwei Welten berichten von ihren Erfahrungen und besprechen in einem unterhaltsamen Dialog die unterschiedlichen oder auch ähnlichen Umgangsweisen mit Kreativität.

Themenschwerpunkte: Marken & Märkte, Radio & Audio und Werbung & Wirkung

Aktuelle Trends und Entwicklungen in der Markenbildung und Absatzförderung werden im Themenschwerpunkt **Marken & Märkte** vorgestellt. So zum Beispiel von **Richard Reed**, Gründer des britischen Smoothieherstellers innocent und Vorreiter in Sachen Green Marketing. Auch im Marketing deutscher Unternehmen hat der Nachhaltigkeitsgedanke mittlerweile eine entscheidende Rolle eingenommen. Reed wird im Vortrag „Green Marketing – Erfolgsfaktor oder Marketingblase“ von seinen persönlichen Erfahrungen berichten und den einen oder anderen Hinweis geben, wie der Nachhaltigkeitsgedanke glaubwürdig kommuniziert werden kann. Was Unternehmen in Zukunft noch beachten müssen, haben sich **Christian Wenger** und **Kerstin Ullrich** vom Marktforschungsinstitut GIM genauer angeschaut. Bald heißt es nämlich „Weniger ICH – mehr

WIR". Die Wissenschaftler geben in „Vision 2017 – Trends von morgen und ihre Bedeutung für das Radio“ Prognosen über das künftige Mediennutzungsverhalten ab und zeigen, wie Medienunternehmen und Medientreibende diese Entwicklung nutzen können.

Auch die Radiozentrale präsentiert dieses Jahr wieder drei interessante Themen innerhalb des Kongressprogramms. Im Themenschwerpunkt **Radio & Audio** entwickelt zum Beispiel eine hochkarätige Expertenrunde, wie Sender und Werbetreibende in Zeiten von internetfähigen Mobiltelefonen die neuen mobilen Wege und Angebote wie Radio- und Audio-Apps effektiv nutzen können. Basis der Session "Radio to go" ist ein Impulsvortrag zu den Potentialen mobiler Audio-Medien von Crossmedia-Spezialist **Ansgar Mayer**.

Dass wirkungsvolle Funkwerbung nicht lautstark um die Aufmerksamkeit des Hörers kämpfen muss, zeigt ein weiteres Panel der Radiozentrale im Themenschwerpunkt **Werbung & Wirkung**. Fakt ist: Selbst beiläufig Gehörtes wird wahrgenommen und verarbeitet – und wirkt auf Kaufimpuls und Markenimage. Wichtig hierfür sind emotionale Elemente, die die für die Zielgruppe richtigen Belohnungsversprechen transportieren. **Ralf Höpfner** von der Agentur markenfeuer ist zuständig für die PR der Flensburger Brauerei und zeigt zusammen mit **Johannes Schneider** von der decode Marketingberatung in "Plop - das flenst! Die Belohnung macht den Unterschied", wie werbungtreibende Unternehmen erfolgreich via Radio ihre Hörer belohnen.

Branchenkommunikation in entspannter Atmosphäre

Während auf dem RADIO DAY Kongress das Zuhören im Vordergrund steht, wird in der **RADIO DAY Lounge** Interaktion groß geschrieben. Sie ist den ganzen Tag über Treffpunkt für alle Fachbesucher und ermöglicht einen unkomplizierten Austausch zu den aktuellen Trends und Marktthemen. An den Ständen der Vermarkter und Sender gibt es reichlich Informationen zum Medium und Werbeträger Radio und den bevorstehenden Entwicklungen im Radiojahr 2011. Krönender Abschluss ist die **RADIO DAY Party**. In diesem Jahr rockt die Hamburger Band **Revolverheld** die Bühne und verspricht einen ausgelassenen Ausklang.

Relaunch www.radioday.de

Die RADIO DAY Website erstrahlt dieses Jahr in einem neuen frischen Design mit viel Raum für aktuelle Informationen rund um die Veranstaltung und das Medium Radio. Auch können sich alle Interessierten auf www.radioday.de für den RADIO DAY anmelden und sich über das gesamte Programm des Tages, die Referenten und die Aussteller informieren. Audiofiles und Videos sind ebenso auf der Seite abrufbar. Das neueingerichtete Archiv verspricht eine unterhaltsame Rückschau vorangegangener Themen. Neu, neu, neu: Alle aktuellen Meldungen können auf XING unter <http://www.xing.com/companies/radioday> sowie über Twitter unter www.twitter.com/radioday2010 verfolgt werden. Weitere Tweets zum RADIO DAY können über #rd10 gebündelt und eingesehen werden.

Kontakt für Journalisten – Für weitere Informationen und Bildmaterial wenden Sie sich an:

RMS Radio Marketing Service
Kirsten Schade
Tel.: 040 / 238 90 153
Fax: 040 / 238 90 650
www.rms.de
E-Mail: schade@rms.de

AS&S Radio GmbH
Norbert Rüdell
Tel.: 069 / 154 24 218
Fax: 069 / 154 24 299
www.ass-radio.de
E-Mail: presse@ass-radio.de